

---

# A LITERACIA DIGITAL E A PARTICIPAÇÃO CÍVICA

Sónia Pedro Sebastião\*

---

**Resumo:** O presente artigo explora os conceitos de cidadania digital e de literacia para os *media*, mais concretamente de literacia digital considerando o meio Internet, procurando relacioná-los e compreender como a cidadania digital usa a Web em termos cívicos. Partimos de definições genéricas de cidadania, enfatizando a sua dimensão cívica, e de literacia para a caracterização da literacia digital e definição de indicadores mensuráveis da mesma. Estes indicadores são relacionados com o uso da Web pelos/as utilizadores/as comuns que caracterizamos como cidadãos/ãs digitais dado que recorrem à Web para exercer os seus direitos e responsabilidades. Foram obtidas 186 respostas válidas a questionários aplicados presencialmente a uma amostra de conveniência. Os/as utilizadores/as inquiridos/as cumpriam os pré-requisitos de serem *utilizadores/as* da Web e possuir um perfil na rede social *Facebook*. Os resultados mostram que, não obstante os elevados níveis de literacia digital das pessoas inquiridas, a sua cidadania digital é passiva.

**Palavras-chave:** literacia, cidadania digital, Web, inquérito

## DIGITAL LITERACY AND CIVIC PARTICIPATION

**Abstract:** This article explores the concepts of digital citizenship and digital literacy, trying to relate them to each other and understand how digital citizens use the Web in civic terms. The exploration begins with general definitions of citizenship, emphasizing the civic dimension, and of literacy, including the characterization of digital literacy and a definition of its measurable indicators. These indicators are related to digital citizens' use of the common Web to exercise their rights and responsibilities. The sample for this study included 186 valid responses to surveys applied in person. Respondents met the prerequisites that include Web use and possessing a profile on the

---

\* Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa (ISCS/ULisboa) e Centro de Administração e Políticas Públicas (CAPP) (Lisboa/Portugal).

social network *Facebook*. The results show that despite the high levels of digital literacy of respondents, their digital citizenship is passive.

**Keywords:** literacy, digital citizenship, Web, survey

### L'ALPHABÉTISATION NUMÉRIQUE ET LA PARTICIPATION CIVIQUE

**Résumé:** Cet article explore les concepts de citoyenneté numérique et d'alphabétisation numérique (en particulier l'alphabétisation numérique concernant internet), en essayant de mettre ces concepts en relation et de comprendre comment le citoyen numérique utilise civiquement le Web. Nous nous proposons, au début de cet article, de définir de façon générale la notion de citoyenneté – en insistant sur sa dimension civique – et la notion d'alphabétisation. Ces approches générales nous amènent ensuite à définir l'alphabétisation numérique ainsi que ses indicateurs mesurables. Ces indicateurs sont liés à l'utilisation du Web par les internautes ordinaires. Nous considérons ces derniers comme des citoyens numériques dans la mesure où ils recourent à internet pour exercer leurs droits et leurs responsabilités. Nous avons recueilli 186 réponses valides aux questionnaires que nous avons nous-mêmes appliqués à un échantillon de convenance. Pour participer à la recherche, les personnes interrogées devaient remplir des conditions préalables: être des utilisateurs d'internet et avoir un profil *Facebook*. Les résultats obtenus montrent que, en dépit des niveaux élevés d'alphabétisation numérique des participants, leur citoyenneté numérique est passive.

**Mots-clés:** alphabétisation, citoyenneté numérique, Web, questionnaire

### Introdução

A concepção de cidadania no seu sentido corrente inclui a pertença a um território, a um país, que confere às pessoas uma identidade atestada por um documento (bilhete de identidade, cartão de cidadão) e é constitucionalmente consagrada, cabendo à dimensão legal definir os direitos e as responsabilidades da pessoa para com o país e deste para com a pessoa. Neste trabalho focam-se as dimensões cívica e económica do conceito de cidadania, isto é, a participação social da pessoa, o seu contributo para a sociedade onde se encontra inserida em termos solidários, de intervenção e de consumo. A opção é justificada pela assunção de que o/a cidadão/ã se sente parte de um território não porque possui um documento de identificação ou vota, mas porque se pode expressar e consumir, ou seja, pode participar quotidianamente no contexto em que se insere (Jenkins, Purusotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009). Ora, este contexto tem vindo a complexificar-se com o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação que requerem a atualização constante e a aquisição de novas competências e habilidades (Livingstone, Couvering, & Thumin, 2008) para permitir a

concretização da participação na sociedade da informação, que se traduz no uso de ferramentas digitais, mais concretamente da Web, para o exercício da cidadania digital.

O mundo globalizado em que vivemos tem conduzido a uma reconceptualização da sociedade, que Bauman denuncia como «sitiada» (2010), atribuindo à proliferação de conteúdos multimidiáticos um papel determinante na complexidade crescente dos conhecimentos necessários para um uso consciente e responsável da informação. Consequentemente,

os códigos e linguagens característicos do mundo emergente apelam a um conceito de literacia que tenha por base não apenas a leitura, a escrita e o cálculo, mas também as imagens, os sons, a informação e as redes e, mais amplamente, as formas de comunicação digital e interativa. (Recomendação nº 6/2011: 50946)

A educação para os *media* foi consagrada na declaração de Grunwald (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO, 1982) como vital para a vida de todos/as os/as cidadãos/ãs, advogando-se que o exercício inclusivo e abrangente da cidadania requer o uso esclarecido e crítico dos *media*. Este tipo de uso requer «competências processuais» relativas ao sentido crítico e criatividade, à capacidade de comunicação e argumentação, que se podem concretizar na procura e tratamento da informação para determinado objetivo (trabalhos académicos, relatórios profissionais, compra de produto/serviço) ou na sua partilha, conforme consta na recomendação sobre educação para a literacia mediática (Recomendação nº 6/2011).

Consequentemente, este artigo explora os conceitos de cidadania digital e de literacia para os *media*, mais concretamente de literacia digital considerando o meio Internet, procurando relacioná-los e compreender como o cidadão digital usa a Web. Ou seja, o objetivo deste estudo é a compreensão da relação entre a literacia digital e a participação cívica dos/as cidadãos/ãs pelo uso da Web.

Em termos estruturais, o artigo encontra-se dividido em três partes fundamentais. Na primeira parte, são operacionalizados os conceitos de cidadania e literacias digitais. Na segunda parte, é detalhada a metodologia usada na recolha de dados. Finalmente, na terceira parte, são apresentados e analisados os dados recolhidos.

## 1. Literacia e cidadania digitais

A literacia é a capacidade de identificar, compreender, interpretar, criar, comunicar e computar, utilizando materiais impressos e escritos associados a contextos variados. A literacia envolve aprendizagem contínua que permite aos indivíduos alcançar os seus objetivos, desenvolver o seu conhecimento e potencial e participar plenamente na sociedade (UNESCO, 2011b). Para o

objetivo do presente artigo é necessário especificar o conceito, adaptando-o à literacia do meio Internet ou, mais precisamente, da Web, pois o interface do/a utilizador/a comum é a Web e não a rede que interliga globalmente os computadores (Internet). De acordo com Coiro, Knobel, Lankshear e Leu (2008), antes da Internet, nenhuma tecnologia foi adotada por tantos, em tão diferentes locais em tão curto espaço de tempo, permitiu a disseminação imediata de conteúdos de forma tão vasta e permitiu o acesso a tanta informação útil para tantos indivíduos.

Perante estas características da Internet, urge compreender como é que esta tecnologia contribui para a literacia dos/as cidadãos/ãs e o nível de literacia que estes têm em relação à mesma. Assim sendo, a literacia digital é operacionalizada como a capacidade de aceder à Web, compreendê-la e utilizá-la, criando conteúdos, partilhando-os e consumindo-os de forma crítica, ética, segura e intencional. Neste sentido, a literacia digital possui três níveis: o acesso (à Web), a compreensão dos seus conteúdos (o que são, quem os produz, porque produz, como usa) e a utilização (das ferramentas digitais).

Em Portugal, a investigação sobre literacia é tardia face ao «movimento lento de alfabetização da população portuguesa» (Lopes, 2011: 9). Por sua vez, a literacia mediática (e digital) não tem sido objeto de grande atenção por parte da academia. Apesar da preocupação com o acesso à Internet e às tecnologias da informação e comunicação (TIC) nas escolas de ensino básico e secundário, pouca atenção tem sido dada à compreensão do tipo de uso e dos efeitos do mesmo, assim como às competências necessárias para o mesmo (Pinto, Pereira, Pereira, & Ferreira, 2011). As exceções encontram-se no trabalho desenvolvido por um grupo de investigadores/as da Universidade do Minho que desde 2011 organiza o Congresso de Literacia, Media e Cidadania, procurando sensibilizar intervenientes e opinião pública para a importância da literacia dos *media* no exercício de uma cidadania ativa.

Num contexto global e com o desenvolvimento das TIC, entende-se que as comunidades digitais oferecem incontáveis oportunidades individuais no que diz respeito à educação, aprendizagem, interação, participação, envolvimento cívico e autoexpressão (Jenkins et al., 2009). Assim, a expressão «cidadania digital» é generalizada para designar a possibilidade que a pessoa tem de participar na sociedade pela utilização de meios eletrónicos, assumindo-se como uma «life skill» (UNESCO, 2011b). A mesma exige «competências e acesso para um uso regular e eficaz», que inclui leitura, escrita, compreensão, navegação e acesso de banda larga (Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2008: 140). Só com o acesso, a compreensão das tecnologias e dos conteúdos e a sua utilização correta se poderá falar em cidadãos/ãs digitais com literacia digital (Buckingham, 2003; Silverstone, 2004).

De acordo com Livingstone et al. (2008), a literacia é fundamental em termos sociais, pois permite: i) concretizar democraticamente o princípio da participação e da cidadania ativa; ii) dotar o/a cidadão/ã de competências e conhecimentos que determinam o seu sucesso pro-

fissional; e iii) proporcionar ao indivíduo meios para uma vida preenchida e significativa. Já em 2003, Buckingham defendera que a literacia mediática era fundamental para a ação social, porque o cidadão pode «fazer coisas» (pp. 38-39). O autor referia-se a meios de comunicação de massa com uma lógica passiva de produção, o que limitava a quantidade de «coisas» que o cidadão podia fazer. O cenário altera-se quando entramos no domínio da «linguagem dos novos *media*», em que as lógicas autorais são ativas e também exigem procura e produção, diversificando o âmbito de atuação dos indivíduos (Manovich, 2001).

Neste contexto de «novos *media*» na Web, existem vários níveis de literacia tendo em conta os indivíduos, os seus contextos e necessidades. Por exemplo, o indivíduo pode estar inserido num ambiente tecnologicamente desenvolvido (com acesso às ferramentas e com conhecimento para utilizar a tecnologia), mas não se sentir motivado para o fazer. Por outro lado, podemos ter cidadãos/ãs altamente motivados/as para usar a tecnologia, mas sem acesso à mesma ou sem conhecimentos para o fazer.

Em Portugal, desde 2007, com o Plano Tecnológico da Educação, têm sido implementadas várias políticas públicas que visam a modernização tecnológica do ensino. Um exemplo é o desenvolvimento em parceria com a Microsoft do *Curriculum Microsoft Literacia Digital* (2009). Sob o mote «valor de uma cidadania em pleno» e no âmbito do Memorando de Entendimento assinado com o Governo Português, este manual visa auxiliar a utilização das TIC com confiança, contendo instruções para a utilização dos computadores e dos sistemas operativos, assim como um teste que o utilizador pode utilizar para aferir o seu grau de literacia digital. Este teste versa, essencialmente, sobre terminologia e procedimentos básicos de utilização dos interfaces digitais. Infelizmente, não são disponibilizadas informações sobre os níveis de literacia de quem já efetuou o teste, dificultando a tarefa do/a investigador/a que procura dados concretos como base de comparabilidade.

A preocupação com o acesso aos instrumentos é igualmente confirmada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), que, em 2013, publicou a brochura *Vulnerable People and ICT in Portugal: The Practice of More than 15 Years* para ilustrar iniciativas na área de inclusão e literacia digitais desenvolvidas e implementadas em Portugal nos últimos 15 anos.

Como refletem Pereira e Melro (2012) e Pereira (2013), o apetrechamento das escolas e o lançamento de políticas públicas revela-se insuficiente, urgindo compreender se, para além do uso, estão a ser ensinadas as competências necessárias às boas práticas do uso digital e se as pessoas estão a utilizar a tecnologia de forma benéfica para si e para a sociedade. Para isso, é necessário apurar os níveis de literacia existentes em Portugal.

As pessoas só poderão ser classificadas como cidadãos/ãs digitais se usarem frequentemente a tecnologia para uma grande variedade de fins, tais como: socialização, informação política, trabalho, educação e entretenimento. Neste caso, os/as cidadãos/ãs digitais são mais

do que consumidores/as de conteúdos digitais, são pessoas que usam as suas competências de utilização das ferramentas digitais para participar na vida política, económica e cívica (Silverstone, 2004; Martens, 2010; Pereira, 2013). Consequentemente, a cidadania digital envolve deveres e responsabilidades do indivíduo enquanto membro de uma comunidade virtual e define o comportamento comunicativo que o mesmo deve adotar neste ambiente. Por sua vez, este comportamento é limitado pela literacia digital do indivíduo, isto é, pelo seu acesso, entendimento e utilização das tecnologias, de forma criativa e reflexiva (Buckingham, 2003).

A cidadania digital tem sido estudada por diversos autores, com perspetivas mais ou menos otimistas, designadamente: Mossberger, Tolbert e Stansbury (2003); Mossberger et al. (2008); Shane (2004); Howard e Jones (2004); Howard (2005); Chadwick (2006, 2009); Silva (2008); Morgado e Rosas (2010). No entanto, todos concordam que, para a existência de uma cidadania digital, é necessária uma democracia eletrónica e um acesso e utilização das TIC de forma mais igualitária e inclusiva.

De acordo com Ribble (2010), a cidadania digital tem nove dimensões. No entanto, para efeitos desta investigação, incluímos a dimensão dos direitos digitais e das responsabilidades do indivíduo no ambiente digital nas dimensões de etiqueta digital e da lei digital. Consequentemente, são especificadas apenas oito dimensões da cidadania digital: i) Acesso Digital – a participação na sociedade, através do uso de meios eletrónicos que são acessíveis aos/às cidadãos/ãs; ii) Literacia Digital – relacionada com o processo de ensino e aprendizagem sobre a tecnologia e seu uso, bem como a aquisição de vários níveis de competências tecnológicas; iii) Comunicação Digital – envolve a troca e a compreensão das informações; iv) Etiqueta Digital – relacionada com os padrões de conduta e de procedimentos em ambiente digital; v) Comércio – compra e venda de bens e serviços no ambiente digital; vi) Legislação Digital – regulação de responsabilidades, direitos, deveres e ações no ambiente digital, relacionada, por exemplo, com direitos de autor e termos de uso; vii) Segurança Digital – relacionada com as precauções eletrónicas para garantir a segurança do indivíduo no ambiente digital, tais como condições de privacidade, uso de *firewall* e de antivírus; viii) Saúde Digital e Bem-Estar – saúde física e psicológica e bem-estar no ambiente digital.

Estas dimensões são fundamentais para a compreensão da cidadania digital como um atributo complexo a investigar neste artigo. Na pesquisa que desenvolvemos em torno da cidadania e das ferramentas digitais, não identificámos nenhum estudo que incluísse todas as dimensões identificadas por Ribble (2010), existindo alguns estudos sobre o acesso e uso do digital em momentos eleitorais e como fonte de informação (e.g. Magalhães & Moral, 2008; Jorge, 2013). Estes autores sublinham ainda que, habitualmente, a utilização das TIC é limitada ao entretenimento e ao consumo passivo de informação, tendo o/a utilizador/a pouca apetência para a criação e partilha de conteúdos.

Mas, para além do acesso, impõe-se uma maior compreensão, em abrangência e profundidade, dos *media*, das realidades que apresentam, das técnicas que utilizam para as construírem, das suas narrativas e valores subjacentes (Manovich, 2001; Warnick, 2002). Afinal, criadores/as de *media* – quem cria e usa a tecnologia para disseminar as suas mensagens – não o fazem sem uma agenda, sem interesses económicos, políticos, sem uma afiliação ou pertença (McCombs, Holbert, Kioussis, & Wanta, 2011). Os/as consumidores/as destes conteúdos deverão poder aceder a esse conhecimento de forma fácil, mas igualmente à sua compreensão e ao entendimento das implicações destas afiliações. Quanto mais profundo o conhecimento sobre os *media*, especificamente sobre a indústria dos *media*, criação e efeitos das mensagens, maior a capacidade do indivíduo de compreender os contextos que o rodeiam e maior a habilidade de participar ativamente, evitando os eventuais efeitos negativos dos *media* (Martens, 2010).

O efeito dos *media* na lacuna de conhecimento ainda é incerto, face à imersão quotidiana nos mesmos e à complexidade da rede de variáveis que contribuem para esse conhecimento (Potter, 2012); no entanto, se os *media* (Internet incluída) são veículos de conhecimento e se as pessoas não lhes acederem e não procurarem obter informações ou não as compreenderem, as lacunas entre os ricos em informações e «bem-educados», entre estratos mais ricos e estratos mais pobres informacionalmente possivelmente irá aumentar (McQuail, 2000: 457-459). Com efeito, como argumentado anteriormente e como sublinhado por Carlsson (2007), a literacia dos *media* (onde se inclui a literacia digital) encontra-se intrinsecamente associada a questões democráticas e de cidadania ativa (ou participativa).

Neste trabalho, mais descritivo que qualitativo, procuramos encontrar informação complementar à disponibilização e acesso à tecnologia; tentamos compreender o nível de literacia dos/as cidadãos/ãs digitais, isto é, das pessoas que utilizam habitualmente a Web, usando para isso como pré-requisitos para resposta ao questionário o acesso regular à Web e a utilização de um perfil no *Facebook*. Não nos concentramos na problemática dos efeitos do uso da Web no conhecimento e na «qualidade» da cidadania, uma vez que consideramos a nossa estratégia metodológica limitada para o cumprimento desse objetivo. Contudo, não queremos igualmente que este estudo seja apenas sobre o acesso e inclusão (1º nível de literacia), uma vez que queremos compreender a utilização das ferramentas digitais para tarefas de informação política, trabalho, educação, com questões de segurança e éticas, que se relacionam com maior envolvimento cívico, ou seja, com ações desenvolvidas *online* que vão para além de um «simples gesto».

## 2. Nota metodológica

Para a concretização do objetivo do presente trabalho relacionado com o exercício da cidadania cívica digital, a literacia digital e o uso da Web, recorremos a um inquérito por

questionário com cinco questões de caracterização socioeconômica das pessoas inquiridas e seis questões que abordam, respetivamente: a participação cívica e o uso da Web (três perguntas); o tipo de utilização do *Facebook* considerando os níveis de Shirky (2009) (uma pergunta); os indicadores de literacia digital elaborados a partir das dimensões de cidadania digital apresentada por Ribble (2010) (duas perguntas). Estes indicadores de literacia digital incluem: a leitura e o comentário de notícias, a pesquisa de informação, o comércio digital, parâmetros de segurança e privacidade (filtros, *passwords*, termos e condições, disponibilização de informação pessoal), o *download* e o *upload* de conteúdos de entretenimento, comportamento ético e de respeito pelo outro e o bem-estar do/a utilizador/a. Apresentamos de seguida o Quadro 1, para uma melhor perceção da relação entre os níveis de literacia e os indicadores de cidadania digital e sua expressão no questionário.

QUADRO 1  
**Indicadores de cidadania digital e respetivas questões**

Níveis de literacia	Indicadores de cidadania digital	Questões
<b>Acesso</b>	Acesso digital	Pré-requisito para resposta ao questionário: possuir acesso regular à Web e perfil de <i>Facebook</i>
<b>Compreensão e uso</b>	Literacia digital	<b>Perceção direta:</b> Leitura e o comentário de notícias A pesquisa de informação Cruzamento de fontes <i>Download</i> e <i>upload</i> de conteúdos Escrita correta <i>online</i> <b>Por indução:</b> Restantes questões demonstram capacidade de utilização da Web de forma compreensiva
<b>Uso</b>	Comunicação digital	Ações no <i>Facebook</i> em relação a vários tópicos (gosto, partilha, subscrição, produção)
	Comércio digital	Compras <i>online</i>
	Etiqueta digital	Evitar o <i>flaming</i> Não divulgar informações pessoais de terceiros
	Legislação digital	Respeito pelos direitos de autor
	Segurança digital	Limpeza frequente do histórico <i>Firewall</i> ativa Antivírus atualizado Alteração de filtros de preferências Utilização de <i>passwords</i> complexas Leitura de termos e condições de privacidade
	Saúde digital e bem-estar	Evitar estar <i>online</i> mais de 3 horas seguidas Cumprir horários de refeições

Apesar do uso generalizado do inquérito por questionário em pesquisa social, reconhecemos que o mesmo tem fragilidades que limitam o escopo deste trabalho, nomeadamente: o autopreenchimento, que reflete uma intenção ou opinião do momento por parte do/a inquirido/a, que poderá, por conseguinte, não ser sincera face à situação artificial de pesquisa; o tipo de linguagem e de conceitos utilizados no questionário, que poderão conduzir à dúvida ou a um entendimento diferente (Santo, 2010). No presente estudo consideramos que o conceito de participação política estará entre um dos mais dúbios, da mesma forma que expressões mais técnicas como *firewall* e «termos e condições de privacidade» poderão ter sido de difícil compreensão por parte de alguns/mas inquiridos/as. Na elaboração de um questionário, o/a investigador/a está sempre limitado/a pelas suas leituras e «pré-conceitos», que limitam as opções de resposta que apresenta. Não obstante, o inquérito por questionário permite retratar a opinião e as atitudes das pessoas inquiridas e é a forma mais fácil e mais rápida de obter informação quantitativa e exploratória sobre um assunto (*ibidem*), pouco abordado em estudos nacionais publicados.

### **2.1. Caracterização da amostra**

Com este trabalho foram obtidas 186 respostas válidas ( $n = 186$ ) a questionários aplicados presencialmente com autopreenchimento a uma amostra de conveniência, na região de Lisboa, nos meses de outubro e novembro de 2012. Os/as inquiridos/as deveriam ser utilizadores/as da Web e possuir um perfil na rede social *Facebook* (dimensão de acesso). Por isso, utilizou-se uma amostragem por conveniência, tendo os/as utilizadores/as com mais de 50 anos sido «recrutados/as» em universidades sénior, onde é promovida a utilização das TIC e a literacia digital. Esta opção é justificada pela necessidade de minimização das discrepâncias existentes em relação a grupos sociais tendencialmente marginalizados no acesso à tecnologia (UNESCO, 2011a: 20).

Seguindo os dados dos Censos de 2011 (Instituto Nacional de Estatística – INE, 2011), procurou-se obter uma amostra com equilíbrio de sexos com uma ligeira predominância do sexo feminino (51,1%). Em termos de escalões etários, 53,8% das pessoas inquiridas tem entre 18 e 34 anos, cerca de 14,5% tem 65 e mais anos. A construção da amostra tendo em conta a idade foi dificultada devido à não coincidência dos escalões etários usados pelo INE (0-14; 15-24; 25-64; e 65 e mais anos) e os utilizados no inquérito (mais discriminados). Não obstante, decidiu-se a inquirição aproximada a cerca de: 26% de inquiridos/as com menos de 25 anos (incluindo a percentagem dos/as menores de 18 anos); 54% com idades compreendidas entre os 26 e os 64 anos; e 20% com mais de 65 anos (ver distribuição censitária no Apêndice I).

Em termos de escolaridade, os/as inquiridos/as possuem frequência universitária (61,8%), dos quais 45,2% têm curso superior completo. Dos/as restantes 38,2%, 21% possui ensino secundário. Desta forma, considera-se que a amostra tem elevada escolaridade (PORDATA, 2011; ONU, 2011).

Quanto à ocupação, 44,6% das pessoas inquiridas trabalha por conta de outrem e cerca de 28% ainda estuda. De assinalar que cerca de 16% não tem ocupação estando desempregado (7,5%) ou reformado (8,6%) (ver Apêndice I).

A maioria das pessoas inquiridas tem a sua principal forma de acesso à Internet em casa (63,4%), quer de forma privada (39,2%) quer coletivamente (24,2%). Cerca de 16,7% acede principalmente à Internet na escola ou no local de trabalho e 14% possuem Internet móvel em computador pessoal (ver Apêndice I).

Finalmente, a larga maioria das pessoas inquiridas utiliza o *Facebook* há mais de um ano (92,5%). Destes, 37,1% refere usar a rede social há mais de três anos. Os/as inquiridos/as utilizam o *Facebook* diariamente (74,2%), 14,6% dizem aceder ao mesmo semanalmente e apenas 11,3% referem consultar o seu perfil na rede social de forma ocasional ou rara (ver Apêndice I).

Em suma, a amostra inquirida caracteriza-se por ter escolaridade elevada, ser profissionalmente ativa, ter acesso doméstico à Internet e ser utilizadora frequente do *Facebook*.

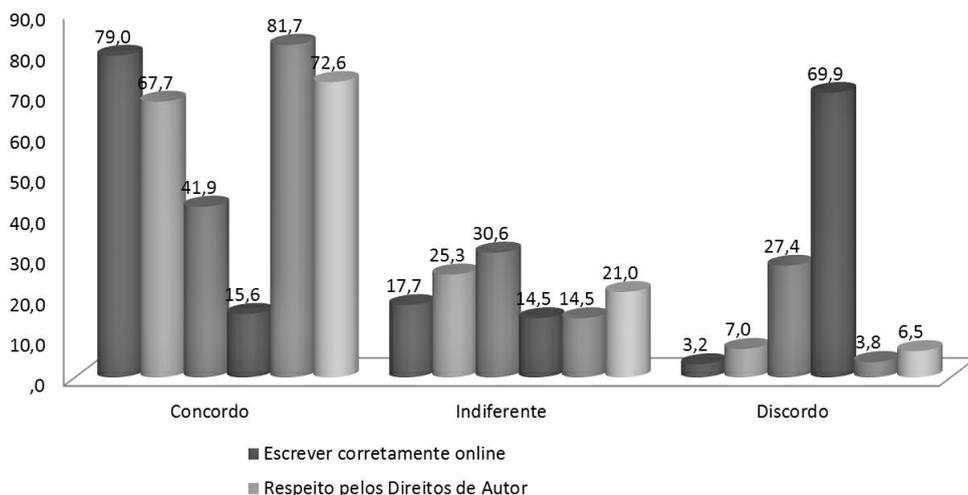
### 3. Etiqueta, legislação, saúde e bem-estar digitais

Ao serem questionadas em relação a indicadores das dimensões da Etiqueta Digital (evitar o *flaming*; respeitar a privacidade dos outros e não divulgar informações pessoais de terceiros) e Legislação Digital (respeito pelos direitos de autor), as pessoas respondentes mostraram-se apoiantes do comportamento considerado correto. De assinalar que o respeito pelos direitos de autor reuniu a concordância de 67,7%, a indiferença de 25,3% e a discordância de 7% das pessoas inquiridas.

No entanto, o indicador da dimensão Saúde e Bem-estar Digital relacionado com as horas seguidas passadas *online* revela divisão de opinião entre os/as inquiridos/as. Apenas 41,9% refere concordar com a necessidade de estar menos de três horas seguidas em frente ao ecrã e 30,6% são indiferentes ao assunto. Já o indicador da mesma dimensão relacionada com o respeito pelo horário das refeições mostra que 69,9% das pessoas inquiridas discorda com a alteração dos hábitos alimentares quando estão ligadas à Web (ver Figura 1).

FIGURA 1

**Etiqueta, legislação, saúde e bem-estar digitais (n = 186)**



#### 4. Comunicação digital e participação cívica

A compreensão da participação cívica dos indivíduos e da comunicação digital através do uso do *facebook* levou ao questionamento das pessoas inquiridas sobre as suas ações em relação a sete tópicos: (1) solidariedade para com vítimas de catástrofes naturais, doenças e fome; (2) adoção de animais abandonados e contributos para associações de recolha dos mesmos; (3) assinatura e apoio a petições eletrónicas; (4) protestos contra medidas políticas; (5) campanhas políticas (em períodos eleitorais); (6) grupos de fãs de cantores, atores e outras figuras públicas; e (7) associações locais (culturais, desportivas, religiosas).

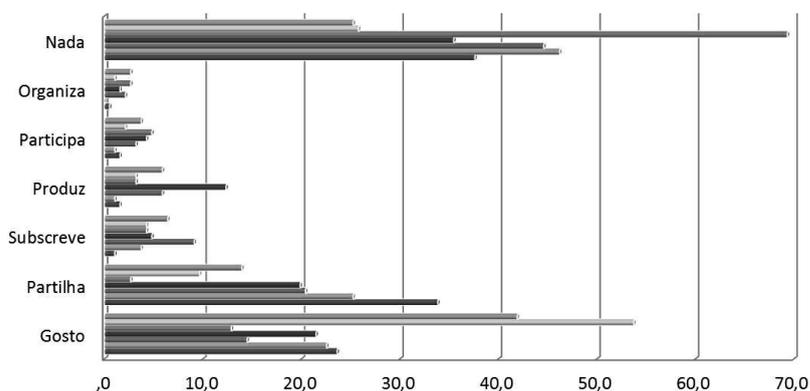
Para cada um destes tópicos solicitou-se que assinalassem qual a ação mais frequente considerando as possibilidades do *website* da rede social e tendo em conta o nível de exigência e envolvimento que a atividade requer. As opções, inspiradas na classificação de Shirky (2009), foram: nenhuma ação, clicar gosto, partilhar informação, subscrever mais informação, produzir conteúdo sobre o assunto, participar e organizar atividades fora do espaço virtual (*offline*).

Em termos estatísticos, constatou-se que a moda para os tópicos solidariedade (1), animais (2), petições (3), protestos (4) e campanha (5) é «nenhuma ação», enquanto os tópicos grupos de fãs (6) e associações locais (7) têm como moda o «clicar em gosto» (ver Apêndice II). Estes dados revelam pouco envolvimento virtual das pessoas inquiridas com os temas propostos.

Adicionalmente, a observação dos dados apresentados na Figura 2 permite perceber que os protestos (4) são dos temas propostos o que inspira os/as inquiridos/as a uma maior produção de conteúdos, embora a mesma seja de apenas 12,4%. Os protestos (4) e as campanhas políticas (5) são igualmente as atividades que mais mobilizam as pessoas inquiridas para uma participação *offline*, respetivamente 4,3% e 4,8%, o que assinalamos atendendo a que as campanhas políticas foram o tema em que mais respondentes referiu não «fazer nada» *online* (69,4%).

FIGURA 2

**Comunicação política e participação cívica (n = 186)**



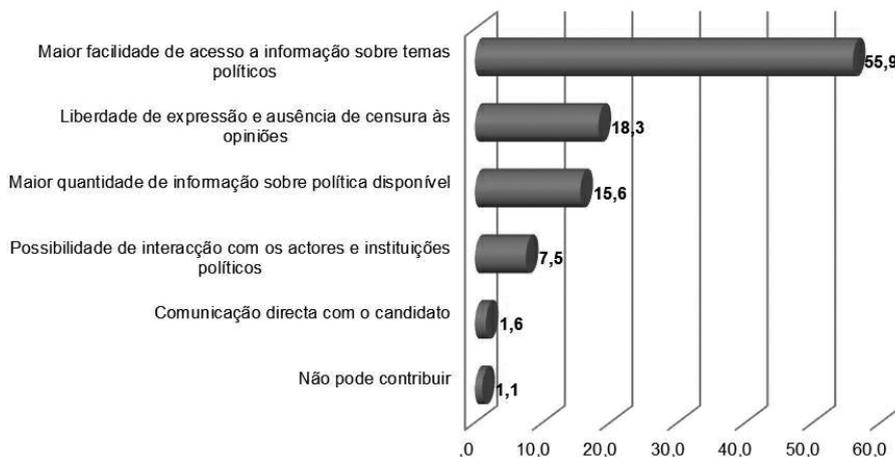
	Gosto	Partilha	Subscrive	Produz	Participa	Organiza	Nada
■ Associação Local	41,9	14,0	6,5	5,9	3,8	2,7	25,3
■ Grupos de Fãs (música, cinema, etc)	53,8	9,7	4,3	3,2	2,2	1,1	25,8
■ Campanha Política	12,9	2,7	4,3	3,2	4,8	2,7	69,4
■ Protestos	21,5	19,9	4,8	12,4	4,3	1,6	35,5
■ Assinatura de Petições	14,5	20,4	9,1	5,9	3,2	2,2	44,6
■ Adoção de Animais	22,6	25,3	3,8	1,1	1,1	,0	46,2
■ Solidariedade Humana	23,7	33,9	1,1	1,6	1,6	,5	37,6

Enquanto 52,7% das pessoas inquiridas refere que a Web pode incrementar a participação política, os restantes 47,3% refere que a Web não tem qualquer influência na participação política.

No contributo que a Web pode ter para a participação política, a maioria das pessoas inquiridas enfatizou o acesso (55,9%) e a quantidade (15,6%) de informação sobre temas políticos; 18,3% referiu a liberdade de expressão e a ausência de censura às opiniões (ver Figura 3). Estes resultados são semelhantes aos de Jorge (2013), existindo apetência pelo consumo passivo de informação sobre política sem que tal tenha expressão no comportamento participativo dos/as utilizadores/as da Web.

Figura 3

**Contributo da Web para a participação política (n = 186)**



Quanto aos motivos que impedem a contribuição da Web para a participação política, os/as respondentes referem, por um lado, preferir usá-la para outros assuntos (26,3%), por outro lado, ter falta de interesse na política (23,1%) e sentir que não vale a pena participar pois nada vai mudar (21,5%) (ver Figura 4).

Figura 4

**Motivos de não contributo da Web para a participação política (n = 186)**



A informação recolhida junto das pessoas inquiridas em relação à participação política através da utilização da Web revela apatia das mesmas. Se, por um lado, reconhecem que este meio lhes dá acesso a mais informação, por outro, revelam pouco interesse nessa informação e percebem a Web como tendo outras finalidades que não a participação cívica ou política. Referem inclusivamente que a procura dessa informação requer tempo que preferem usar de outra forma, pois a sua participação não tem valor, não mudará nada. Sublinha-se, contudo, que 7,5% das pessoas inquiridas não respondeu a esta questão, o que poderá relacionar-se: por um lado, com falta de opinião ou falta de conhecimento sobre a natureza, o conteúdo e os efeitos da Web (Warnick, 2002); por outro, com o limite das opções de resposta fornecidas no questionário que poderão não cobrir os interesses das pessoas inquiridas (todavia, também não utilizaram a opção «outro motivo» disponibilizada); e, finalmente, com uma diferente conceção de participação política por parte dos/as cidadãos/ãs (por exemplo, limitada ao voto, à participação em comícios, manifestações, debates, campanhas e comitativas eleitorais, militância em partido político).

## 5. Literacia, segurança e comércio digitais

Em relação à dimensão de Literacia Digital, os/as inquiridos/as pronunciaram-se sobre indicadores relacionados com a leitura e o comentário de notícias em órgãos de comunicação social *online* sobre a pesquisa de informação para trabalhos académicos e/ou profissionais, o cruzamento de fontes digitais para confirmar as informações e a produção de conteúdos culturais para *upload*.

De notar que cerca de 88,7% das pessoas inquiridas refere ler notícias *online*, 88,7% pesquisa informação e 89,2% declara comparar informação para aferir a sua veracidade. Estes dados evidenciam uma utilização competente da tecnologia. Como referido anteriormente, o/a cidadão/ã digital usa frequentemente a tecnologia para fins diversos (informação política, trabalho, educação, entretenimento), assumindo-se como um indivíduo que usa as ferramentas digitais para usufruir dos seus direitos e responsabilidades em termos políticos, económicos e cívicos (Silverstone, 2004; Martens, 2010; Pereira, 2013). Contudo, e em termos de produção de conteúdos, apenas 29% refere comentar as notícias nos órgãos de comunicação social digitais e 23,7% declara fazer *upload* de conteúdos. Estes dados revelam apetência dos/as utilizadores/as inquiridos/as por consulta de informação, isto é, pelo seu consumo passivo. O mesmo já tinha sido verificado na Figura 3 em relação ao uso do *Facebook* em termos de participação cívica.

Ressalva, ainda, para os valores da opção de resposta «não sabe», que chegam aos 4,8% no indicador relativo ao *upload* de conteúdos produzidos pelos/as inquiridos/as (ver Quadro 2).

QUADRO 2

**Literacia digital (n = 186)**

<b>Dimensões: literacia digital</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Não Sabe</b>
Ler notícias <i>online</i>	88,7	11,3	
Comentar notícias em órgãos de comunicação social <i>online</i>	29,0	70,4	0,5
Pesquisar informação escolar e profissional	88,7	10,8	0,5
Comparação de informação cruzando fontes	89,2	9,1	1,6
<i>Upload</i> de conteúdos produzidos (vídeo/música)	23,7	71,5	4,8

No Quadro 3 é possível observar os valores dos indicadores das dimensões de Segurança e Comércio Digitais que foram agrupadas atendendo a que um dos principais entraves ao comércio digital é a falta de confiança dos/as consumidores/as nos mecanismos de segurança deste tipo de comércio (Comissão Europeia, 2012).

A análise dos resultados relacionados com os indicadores de Segurança Digital aponta para o aumento do volume de respostas «não sabe». Assim, são de assinalar os 21% de respondentes que declara não saber mudar os filtros de preferências (ou não saber o que são filtros de preferências) e os 12,4% de inquiridos/as que não sabe se tem *firewall* ativa (ou o que é a *firewall*). Destacam-se, ainda, os 7% de respondentes que não sabe apagar o histórico frequentemente, os 43% que não apaga o histórico frequentemente e os 6,5% de pessoas inquiridas que não sabe se a sua proteção antivírus está atualizada.

QUADRO 3

**Segurança e comércio digitais (n = 186)**

<b>Dimensões: segurança e comércio digitais</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Não Sabe</b>
Apagar histórico frequentemente	50,0	43,0	7,0
Alteração de definições de privacidade	71,5	24,2	4,3
Mudar filtros de preferências	39,8	39,2	21,0
Firewall ativa	79,0	8,6	12,4
Proteção antivírus atualizada	80,1	13,4	6,5
Utilização de <i>passwords</i> com elevado nível de proteção	68,3	26,9	4,8
Disponibilização de informação pessoal	71,5	27,4	1,1
Leitura dos termos e condições em subscrições	52,7	44,1	3,2
Compras <i>online</i>	56,5	42,5	1,1

Não obstante, os resultados mostram que entre os/as inquiridos/as existem preocupações com a segurança *online*, assim como níveis elevados de literacia em relação a esta dimensão

da Cidadania Digital. São, por isso, de salientar os 80,1% das pessoas inquiridas que têm proteção antivírus atualizada, os 79% que possui *firewall* ativa, os 71,5% que altera as definições de privacidade e os 68,3% que usa *passwords* com elevado nível de proteção.

Em relação ao comércio digital, a maioria das pessoas inquiridas declara fazer compras *online* (56,5%) e cerca de 1,1% refere não saber como o fazer.

### Considerações finais

Com o desenvolvimento deste estudo exploratório, procuramos compreender o nível de literacia, dos cidadãos digitais, ou seja, a capacidade de utilização das tecnologias, de forma criativa dos indivíduos que têm acesso à Web.

A utilização de um inquérito por questionário permitiu-nos apenas descrever, com base nas respostas das pessoas inquiridas, as suas atividades e atitudes em relação a algumas dimensões da cidadania cívica e da literacia digital. Como tal, não nos concentramos na problemática dos efeitos do uso da Web no conhecimento e na «qualidade» da cidadania, uma vez que consideramos a nossa estratégia metodológica limitada para o cumprimento desse objetivo.

A literacia digital é mais do que possuir acesso e habilidade para utilizar ferramentas tecnológicas, a mesma implica conhecimentos e habilidades que permitem o uso dos ambientes digitais de forma efetiva, o que por sua vez possibilitará ao/à utilizador/a tornar-se cidadão/ã digital e participar civicamente na sociedade em que se insere.

A amostra inquirida caracteriza-se por ter escolaridade elevada, ser profissionalmente ativa, ter acesso doméstico à Internet e ser utilizadora frequente do *Facebook*. O acesso à Internet torna possível fazer parte da sociedade da informação, mas as conexões estabelecidas com o acesso de banda larga permite aos/às utilizadores/as usufruírem completamente do potencial da Internet, nomeadamente de serviços avançados, tais como *websites* de redes sociais, *upload* e *download* de conteúdo multimédia, uso de mapas e imagens de satélite (exemplo, *Google maps* ou *street view*). Por sua vez, a experiência de utilização da Web de forma privada permite ao indivíduo maior tranquilidade e liberdade de navegação pelas áreas do seu interesse.

Em termos de resultados, este estudo, exploratório e com uma amostra de conveniência, permitiu perceber que as pessoas respondentes se declaram cumpridoras do comportamento considerado correto em termos de etiqueta e legislação, mas revelam-se algo indiferentes em relação à sua saúde e bem-estar digital. Ao nível da comunicação digital e da participação cívica, os dados recolhidos revelaram pouco envolvimento virtual das pessoas inquiridas com os temas propostos e a declaração de que preferem usar a Web para outros assuntos. Assinalou-se a apatência dos/as utilizadores/as inquiridos/as pelo consumo passivo de informação e,

finalmente, a sua sensibilidade para a temática da segurança *online*, uma vez que revelaram ser detentores/as de níveis elevados de literacia em relação a esta dimensão.

Ao longo deste estudo foi argumentado que não pode haver cidadania ativa sem literacia, pois sem literacia os princípios e os valores democráticos não são entendidos. Assim sendo, a literacia dos *media* encontra-se intrinsecamente associada a questões democráticas e de cidadania participativa. No entanto, não basta o entendimento por parte dos/as cidadãos/ãs sobre o acesso, a utilização e a criação de conteúdos digitais, também é necessária a sua motivação para a ação, isto é, para a procura, o consumo, a partilha e a produção de conteúdos; caso contrário, teremos indivíduos que sabem como usar a tecnologia, mas não potenciam as suas vantagens, na prossecução de uma cidadania ativa.

Os dados apresentados revelam níveis elevados de literacia digital da nossa amostra, o que parece não contribuir para uma maior apetência pela participação política ou cívica. Não obstante, as pessoas inquiridas declaram ser cidadãos/ãs digitais competentes, o que prenuncia uma possibilidade de participação política e cívica ativa, em termos de utilização das tecnologias, mas que não se concretiza pela matriz da cultura política portuguesa e pela falta de vontade dos/as cidadãos/ãs digitais. O fraco envolvimento político e a fraca participação política dos/as cidadãos/ãs portugueses/as foi anteriormente abordada por vários autores (e.g. Magalhães & Moral, 2008; Sá, 2009; Martins, 2010) e este estudo apenas evidencia que não será a existência e o acesso a ferramentas tecnológicas que alterará, no curto prazo, o comportamento cívico passivo.

Este trabalho lança pistas para a compreensão da relação existente entre a literacia e a cidadania digitais, sendo contudo limitado em termos de resultados. Por exemplo, no nível de literacia de compreensão do meio digital não foram inquiridas as temáticas da produção e dos motivos relacionados com a produção de conteúdos. Se nos meios de comunicação tradicionais as autorias estão identificadas e fazem parte de organizações, no caso do meio digital as lógicas autorais podem ser anónimas ou forçadas, nublando intenções dos produtores. Não nos foi possível apurar se estas intenções são percebidas pelos/as utilizadores/as da Web, nem questionámos se confiam nos conteúdos digitais.

Adicionalmente, o conceito de participação política não foi qualificado junto das pessoas inquiridas e, mediante a sua pouca adesão a questões cívicas, fica a dúvida se as respostas foram condicionadas pelo conceito ou se os/as respondentes são efetivamente inertes neste domínio.

Estudos futuros beneficiarão, por isso, de técnicas de recolha de informação qualitativas para compreensão e aprofundamento das pistas que aqui foram encontradas.

**Correspondência:** Pólo Universitário da Ajuda, Rua Almerindo Lessa, 1300-663 Lisboa – Portugal  
E-mail: ssebastiao@iscsp.ulisboa.pt

## Referências bibliográficas

- Bauman, Zygmunt (2010). *A sociedade sitiada*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Buckingham, David (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
- Chadwick, Andrew (2006). *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. Londres: Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew (2009). Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. *I/S Journal of Law and Policy for the Information Society*, 5(1), 9-42.
- Coiro, Julie, Knobel, Michele, Lankshear, Colin, & Leu, Donald J. (Eds.). (2008). *Handbook of research on new literacies*. Nova Iorque: Lawrence Erlbaum Associates.
- Comissão Europeia (2012). *Eurobarometer special surveys: Cyber security*. Retirado de [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_390\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_390_en.pdf)
- Fundação para a Ciência e Tecnologia (2013). *Vulnerable people and ICT in Portugal: The practice of more than 15 years*. Retirado de <http://newsletter.fct.pt/quinze-anos-de-inclusao-e-literacia-digital-em-portugal/>
- Instituto Nacional de Estatística (INE). (2012). *Indicadores sociais 2011*. Consultado em [www.ine.pt](http://www.ine.pt)
- Howard, Philip N. (2005). Deep democracy, thin citizenship: The impact of digital media in political campaign strategy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 153-170.
- Howard, Philip N., & Jones, Steve (2004). *Society online: The Internet in context*. Londres: Sage Publications.
- Jenkins, Henry, Purusotma, Ravi, Weigel, Margueret, Clinton, Katie, & Robison, Alice J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21<sup>st</sup> century*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jorge, Hugo (2013). *Política e sociedade online: A participação política dos estudantes universitários portugueses* (Dissertação de mestrado). Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, Portugal.
- Livingstone, Sonia, Couvering, Elizabeth V., & Thumin, Nancy (2008). Converging traditions of research on media and information literacies: Disciplinary, critical, and methodological issues. Julie Coiro, Michele Knobel, Colin Lankshear, & Donald J. Leu (Eds.), *Handbook of research on new literacies* (pp. 103-132). Nova Iorque: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lopes, Paula Cristina (2011). *Literacia(s) e literacia mediática* (CIES e-Working Paper nº 110/2011). Retirado de [www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110\\_Lopes.pdf](http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110_Lopes.pdf)
- Magalhães, Pedro, & Moral, Jesus Sanz (2008). *Os jovens e a política*. Lisboa: Centro de Sondagens e Estudos de Opinião da Universidade Católica Portuguesa.
- Manovich, Lev (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Martens, Hans (2010). Evaluating media literacy education: Concepts, theories and future directions. *Journal of Media Literacy Education*, 2(1), 1-22.
- Martins, Manuel Meirinho (2010). *Cidadania e participação política: Temas e perspectivas de análise*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- McCombs, Maxwell, Holbert, Lance, Kioussis, Spiro, & Wanta, Wayne (2011). *The news and public opinion: Media effects on civic life*. Cambridge: Polity Press.
- McQuail, Dennis (2000). *Mass communication theory*. Londres: Sage Publications.

- Microsoft (2009). *Curriculum Microsoft literacia digital*. Retirado de <http://www.literaciadigital.pt/>
- Morgado, Isabel Salema, & Rosas, António (Orgs.). (2010). *Cidadania digital*. Covilhã: Livros LabCom.
- Mossberger, Karen, Tolbert, Caroline J., & McNeal, Ramona S. (2008). *Digital citizenship: The Internet, society, and participation*. Londres: MIT Press.
- Mossberger, Karen, Tolbert, Caroline J., & Stansbury, Mary (2003). *The virtual inequality: Beyond the digital divide*. Washington: Georgetown University Press.
- Organização das Nações Unidas (ONU). (2011). *Índice de desenvolvimento humano*. Retirado de [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2011\\_EN\\_Tables.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_EN_Tables.pdf)
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (1982). *Grunwald declaration on media education*. Retirado de [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (2011a). *Digital literacy in education*. Retirado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002144/214485e.pdf>
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (2011b). *Towards media and information literacy indicators*. Retirado de [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/unesco\\_mil\\_indicators\\_background\\_document\\_2011\\_final\\_en.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/unesco_mil_indicators_background_document_2011_final_en.pdf)
- Pereira, Luís (2013). *Literacia digital e políticas tecnológicas para a educação*. Santo Tirso: De Facto Editores.
- Pereira, Sara, & Melro, Ana (2012). As políticas tecnológicas para a educação e a literacia digital: O caso do programa governamental «e-escolinha». *Estudos em Comunicação*, 12, 293-324.
- Pinto, Manuel, Pereira, Sara, Pereira, Luís, & Ferreira, Tiago Dias (2011). *Educação para os media em Portugal: Experiências, atores e contextos*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- PORDATA (2011). Escolaridade da população. Retirado de <http://www.pordata.pt/Portugal/Populacao+residente+com+15+e+mais+anos+total+e+por+nivel+de+escolaridade+completo+mais+elevado-2101>
- Potter, William James (2012). *Media effects*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ribble, Mike (2010). *Digital citizenship: Using technology appropriately*. Consultado em [http://www.digitalcitizenship.net/Nine\\_Elements.html](http://www.digitalcitizenship.net/Nine_Elements.html)
- Sá, Jorge de (2009). *Quem se abstém?*. Lisboa: Campo da Comunicação.
- Santo, Paula Espírito (2010). *Introdução à metodologia em ciências sociais: Gênese, fundamentos e problemas*. Lisboa: Sílabo.
- Shane, Peter M. (Ed.). (2004). *Democracy online: The prospects for political renewal through the Internet*. Nova Iorque: Routledge.
- Shirky, Clay (2009). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Nova Iorque: Penguin.
- Silva, Patrícia Dias (2008, junho). *A participação eletrónica como uma nova relação entre Estado e cidadãos*. Comunicação apresentada ao VI Congresso Português de Sociologia: Mundos sociais, saberes e práticas, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/134.pdf>
- Silverstone, Roger (2004). Regulation, media literacy and media civics. *Media, Culture & Society*, 26(3), 440-449.
- Warnick, Barbara (2002). *Critical literacy in a digital era: Technology, rhetoric, and the public interest*. Nova Jérsea: Lawrence Erlbaum Associates.

## Legislação consultada

Recomendação nº 6/2011, do Conselho Nacional de Educação, Recomendação sobre educação para a literacia mediática. Retirado de <http://dre.pt/pdf2s/2011/12/250000000/5094250947.pdf>

## Apêndice I

### Caracterização sociodemográfica da amostra

QUADRO 4

**População residente de Lisboa, por sexo**

Zona Geográfica	População residente		
	Total	H	M
Portugal	10 562 178	5 046 600	5 515 578
Lisboa	2 821 876	1 334 605	1 487 271
% Lisboa		<b>47,29</b>	<b>52,71</b>

Fonte: INE (2012)

QUADRO 5

**População residente de Lisboa, por escalão etário**

Concelho	Total	0-14	15-24	25-64	65+
<b>Lisboa</b>	2 821 876	15,5%	10,4%	55,7%	18,4%

Fonte: INE (2012)

QUADRO 6

**Idade das pessoas inquiridas**

Idade	Valor Apurado (V. A.)	%	Acumulado (%)
18-21	24	<b>12,9</b>	12,9
22-25	26	<b>14,0</b>	26,9
26-29	33	<b>17,7</b>	44,6
30-34	17	<b>9,1</b>	53,8
35-39	17	<b>9,1</b>	62,9
40-44	12	<b>6,5</b>	69,4
45-49	15	<b>8,1</b>	77,4
50-54	8	<b>4,3</b>	81,7
55-59	3	<b>1,6</b>	83,3
60-64	4	<b>2,2</b>	85,5
+ 65 anos	27	<b>14,5</b>	100,0
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100,0</b>	

QUADRO 7

**Escolaridade das pessoas inquiridas**

<b>Escolaridade</b>	<b>V. A.</b>	<b>%</b>
Ensino básico	14	7,5
Ensino secundário	39	21,0
Habilitação profissional	18	9,7
Ensino universitário (incompleto)	31	16,7
Ensino universitário (completo)	84	45,2
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100,0</b>

QUADRO 8

**Ocupação das pessoas inquiridas**

<b>Ocupação</b>	<b>V. A.</b>	<b>%</b>
Estudante	28	15,1
Trabalhador-estudante	24	12,9
Estagiário	1	,5
Freelancer (e/ou recibos verdes)	10	5,4
Empregado por conta de outrem (contrato e quadro)	83	44,6
Empregado por conta própria	10	5,4
Desempregado	14	7,5
Reformado	16	8,6
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100,0</b>

QUADRO 9

**Principal forma de acesso à Internet das pessoas inquiridas**

<b>Principal forma de acesso à Internet</b>	<b>V. A.</b>	<b>%</b>
Em casa, de forma privada	73	39,2
Em casa, acesso do agregado	45	24,2
Móvel em PC	26	14,0
Móvel em gadget (tablet, mp3)	9	4,8
Escola/local de trabalho	31	16,7
Local público (café, biblioteca)	2	1,1
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100,0</b>

<b>Acesso ao Facebook</b>	<b>V. A.</b>	<b>%</b>	<b>Acumulando %</b>
Várias vezes ao dia	84	<b>45,2</b>	45,2
Cerca de 1 vez por dia	54	<b>29,0</b>	74,2
Cerca de 3 vezes por semana	20	<b>10,8</b>	84,9
Em média 1 vez por semana	7	<b>3,8</b>	88,7
Ocasionalmente	19	<b>10,2</b>	98,9
Quase nunca	2	<b>1,1</b>	100,0
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100,0</b>	

## Apêndice II

### Comunicação e Participação Cívica (moda)

QUADRO 11

#### Comunicação e participação cívica (moda)

	<b>Solidariedade</b>	<b>Animais</b>	<b>Petições</b>	<b>Protestos</b>	<b>Campanha</b>	<b>Fãs</b>	<b>Associação Local</b>
Moda	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	1,00	1,00

1. Clica gosto; 2. Partilha informação; 3. Subscreve; 4. Produz conteúdos; 5. Participa em atividades *offline*; 6. Organiza atividades *offline*; 7. Nenhuma ação